

УДК 339.9

Ковінько О.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу та реклами
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Ковальська В.Ю.

студентка
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Ембергенова К.Р.

студентка
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ М'ЯСА В УКРАЇНІ

У статті досліджено ринок м'яса в Україні, розглянуто можливість виходу українських виробників м'яса на європейський та азіатський ринки. Проаналізовано стан виробництва, експортно-імпортні операції за групою товарів «м'ясо» за 2014–2016 рр., перспективи розвитку цього напрямку продовольства та майбутнього його розширення.

Ключові слова: експорт, імпорт, ринок м'яса, маркетингове дослідження, виробництво м'яса.

Ковинько А.М., Ковальская В.Ю., Ембергенова К.Р. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА МЯСА В УКРАИНЕ

В статье исследован рынок мяса в Украине, рассмотрена возможность выхода украинских производителей мяса на европейский и азиатский рынки. Проанализированы состояние производства, экспортно-импортные операции по группе товаров «мясо» за 2014–2016 гг., перспективы развития данного направления продовольствия и будущего его расширения.

Ключевые слова: экспорт, импорт, рынок мяса, маркетинговое исследование, производство мяса.

Kovinko A.M., Kovalska V.Yu., Emberganova K.R. MARKET RESEARCH OF MEAT IN UKRAINE

In the article researched the market of meat in Ukraine, considered the possibility of entering Ukrainian producers of meat to the European and Asian markets. Analyzed the state of production, export and import operations for the group of goods "meat" for the 2014–2016 years, prospects for the development of this area of food and its future expansion.

Keywords: export, import, meat market, marketing research, production of meat.

Постановка проблеми. Ринок м'ясних продуктів є одним з найбільших ринків продовольчих товарів, стан якого впливає на інші ринки продуктів харчування. В розвитку агропромислового комплексу і забезпеченні повноцінного харчування населення товарній групі «м'ясо» належить одне з провідних місць. При цьому в умовах занепаду ряду тваринницьких галузей виробники м'яса в Україні нарощують свої обсяги виробництва продукції. Нині постає об'єктивна необхідність дослідження стану та тенденцій розвитку ринку м'яса та м'ясних продуктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідність систематичних маркетингових досліджень ринку обґрунтована в працях Ф. Котлера [1], М. Портера [2], А. Томпсона [4], П. Саблука, Г. Калієва [3].

Мета статті полягає у маркетинговому дослідженні стану ринку м'яса та прогнозуванні його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетингові дослідження є тим інструментом, що дає змогу вивчити смаки і уподобання споживачів, визначити фактори, які впливають на їх поведінку під час купівлі товару, визначити напрями досягнення конкурентних переваг товаровиробників.

М'ясну продукцію споживає майже усе населення, незважаючи на вік та стать. Загалом м'ясо є джерелом незамінних амінокислот, заліза й вітамінів групи В (ніацин, холін, рибофлавін, вітамін В6, вітамін В12). Особливо важливим для людини є залізо. Його складно отримати в достатніх кількостях з рослинних продуктів. Тому дослідження ринку м'ясної продукції сьогодні є актуальним [3, с. 24].

В структурі світового виробництва м'яса перше місце посідає свинина, на другому місці знаходиться м'ясо птиці, на третьому місці – яловичина, на четвертому – баранина (рис. 1).

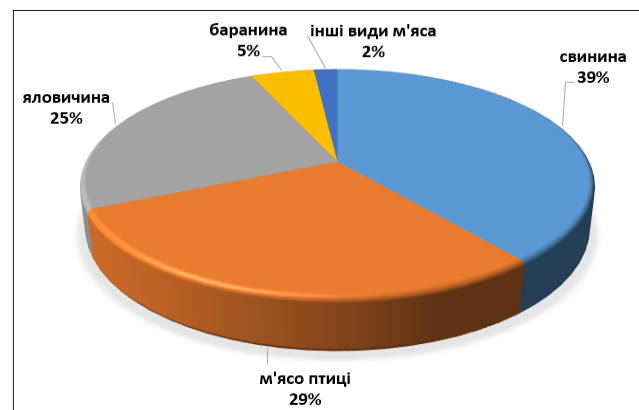


Рис. 1. Структура світового виробництва м'яса [5]

Ціни на ринку м'яса піддаються значним коливанням і залежать від якості, умов поставки та інших факторів.

У світовій торгівлі яловичиною і телятиною чітко виділяються за регіонами основні країни, що є експортерами та імпортерами цієї продукції. Так, лідерами експорту є Австралія і Нова Зеландія (понад 25% обсягу світових поставок), а також Бразилія, Аргентина, Уругвай, країни ЄС і США. Основним імпортерами їхньої продукції є Японія, Республіка Корея, Іран, Єгипет.

Світовий експорт свинини становить 5 095,3 тис. т, з яких більша частина припадає на Європу (74,1%). Головним експортером є Данія (951 тис. т, 18,7%), далі йдуть Нідерланди (635 тис. т, 12,5%). Інші країни-експортери продають менше 500 тис. т кожна і мають частку у світовому експорті менше 10% [5].

Основні експортери баранини і ягнятини – Нова Зеландія і Австралія. За експортом птиці виділяються країни ЄС і США.

Рівень виробництва м'яса та його споживання є одним із головних індикаторів продовольчої безпеки в країні.

За даними Державної служби статистики споживання м'яса на душу населення в Україні у 2014 р. становило 52 кг, у 2015 р. скоротилося на 4% – до 50 кг. Крім цього, все більшим попитом користуються дешеві види м'яса та ковбасні вироби [8].

Курятина нині займає майже 50% у структурі споживання м'яса. Експорт м'яса у 2015 р. збільшився на 19%, і за попередніми оцінками річний показник складе 245,6 тис. т. Найбільшу частку у його структурі, а саме 73%, займає курятина. Проте у 2015 р. стрімке зростання продемонстрував експорт свинини, що збільшився майже у 4 рази [8].

За січень-серпень 2015 р. основними країнами, що є експортерами м'яса птиці з України, є Ірак (26%), Нідерланди (15%) та Німеччина (7%).

У 2016 р. в Україні за період січень-вересень виробництво м'яса (у живій вазі) склало 2 276,0 тис. т. (табл. 1).

Таблиця 1
Виробництво м'яса (у живій вазі) в Україні за 2016 р.* [8]

	М'ясо (у живій вазі) у 2016 р.	
	тис. т	у % до відповідного періоду 2015 р.
Січень	287,2	97,7
Січень-лютий	536,2	99,5
Січень-березень	793,6	100,8
Січень-квітень	1 111,6	102,6
Січень-травень	1 334,1	101,4
Січень-червень	1 559,1	101,0
Січень-липень	1 780,3	101,2
Січень-серпень	2 012,4	101,1
Січень-вересень	2 276,0	100,3

* без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

Згідно з даними табл. 1 у 2016 р. в Україні за період січень-вересень порівняно з відповідним періодом 2015 р. виробництво м'яса (у живій вазі) збільшилось на 5,1 тис. т., або на 0,3% [8].

Що стосується структури зовнішньої торгівлі м'ясом в Україні, то за період січень-вересень 2016 р. експорт м'яса становив 231 254,5 тис. грн., а імпорт – 48 300,5 тис. грн. [8].

Структура зовнішньої торгівлі м'ясом в Україні* [8]

Роки	Експорт (тис. грн.)	у % до відповідного періоду попереднього року	Імпорт (тис. грн.)	у % до відповідного періоду попереднього року
2014	381 775,3	109,6	239 230,9	38,7
2015	377 668,3	98,9	99 338,4	41,5
2016 (січень-серпень)	231 254,5	95,9	48 300,5	78,4

* без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

Проаналізувавши табл. 2, можна зробити висновок, що у 2016 р. (січень-серпень) експорт м'яса порівняно з відповідним періодом 2015 р. зменшився на 4,1%; імпорт також зменшився на 21,6%.

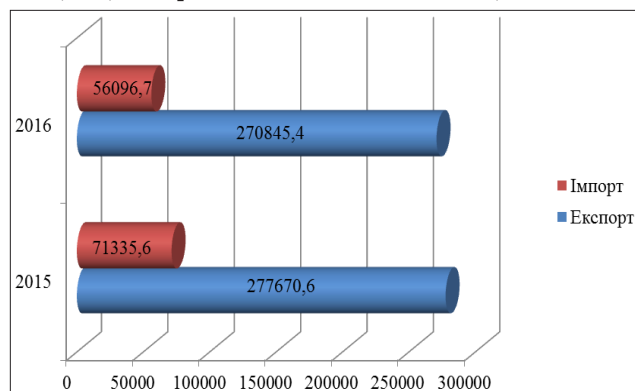


Рис. 2. Зовнішньоторговельний оборот м'яса в Україні за 2015–2016 рр. (січень-вересень) [8]

З вищенаведеного графіку (рис. 2) можна зробити висновок, що експорт у 2016 р. (січень-вересень) зменшився порівняно з 2015 р. (січень-вересень) на 2,5%. Щодо імпорту, то відбулося також зменшення на 21,4% [8].

Відповідно до рейтингу, складеного аграрним порталом "Latifundist", в Україні було визначено лідерів, які беруть безпосередню участь у представленні м'ясної продукції не тільки на території України, але й на світовому ринку (табл. 3).

Таблиця 3
ТОП 10 переробників м'яса України, 2015 р. [9]

№	Назва підприємства	Частка на ринку, %
1	МХП	13,5
2	Корпорація АТБ	11
3	Глобинський м'ясокомбінат	9,6
4	Ятрань	4,6
5	Ермак Голд	4,3
6	Група компаній СМК	3,9
7	АПК-ІНВЕСТ	3,2
8	Житомирський м'ясокомбінат	3,2
9	Тавр Плюс	3,0
10	Кременчук м'ясо	2,9

Майже всі перераховані вище виробники м'яса визначаються якісним виробництвом, використанням новітнього обладнання, але лише ПАТ «Миронівський хлібопродукт» показує найвищі показники експортної діяльності та продає у різні країни світу. Зокрема, він продає до 17 країн ЄС (Нідерланди, Ірландія, Бельгія, Польща, Італія, Греція та інші); країн СНД та Митного Союзу (Вірменія, Киргизстан, Казахстан, Грузія, Молдова, Узбекистан, Таджикистан); країн Близького Сходу (Ірак, Йорданія, Ліван, ОАЕ, Кувейт); а також

Таблиця 2

до країн Африки (Єгипет, Лівія, Демократична Республіка Конго) [10].

Для розширення своєї діяльності підприємство у 2011 р. створило свою торгову марку “Qualiko” – бренд замороженої продукції з м’яса птиці, яка вже сьогодні присутня в країнах СНД, ЄС, Близького Сходу, Азії та Африки, а також експортується у більш ніж 60 країн світу.

Продукція ТМ “Qualiko” є екологічною, натуральною, корисною та свіжою, тому що виготовляється з натуральної сировини з надзвичайно суворим контролем якості, а також з дотриманням високих світових стандартів.

11 розподільчих центрів і власний автопарк автомобілів-рефрижераторів дають змогу доставляти клієнтам охолоджену та заморожену продукцію в найкоротший строк. Асортимент фасованої продукції бренду представлений замороженим м’ясом птиці, а саме цілою тушкою та частинами курчати-бройлера.

У 2015 р. обсяги експорту ПАТ «Миронівський хлібопродукт» до країн ЄС зросли на 65%. Порівняно з минулим роком експорт склав 27 285 т до 17 країн Європи [10]. На цей ринок почався експорт охолодженої курятини. МХП продовжує втілювати стратегію диверсифікації ринків збуту і досліджувати нові ринки для ведення бізнесу в країнах Азії, Близького Сходу та Африки, нарощуючи обсяги експорту м’яса птиці у ці регіони. У 2015 р. МХП також отримав дозвіл на експорт своєї продукції до Саудівської Аравії.

У 2016 р. МХП планує відкрити розподільчі склади у різних точках світу, а саме у ЄС, ОАЕ, Єгипті [5].

Протягом другого кварталу 2016 р. обсяг експорту м’яса птиці склав 54,4 тис. тонн, що на 36% більше, ніж в другому кварталі 2015 р. У першій половині 2016 р. експорт м’яса птиці збільшився на 31% порівняно з першим півріччям 2015 року, склавши 86,4 тис. тонн [5].

Крім того, обсяги виробництва м’яса птиці на підприємстві в другому кварталі 2016 р. зросли на 9% до 149,9 тис. тонн (другий квартал 2015 р. – 138,1 тис. тонн), а в першому півріччі 2016 р. зросли на 10% до 305,5 тис. тонн (перше півріччя 2015 р. – 278,4 тис. тонн) [5].

Внаслідок загального збільшення обсягів виробництва м’яса птиці в другому кварталі 2016 р. обсяг продажів курятини зовнішнім споживачам збільшився до 148,9 тис. тонн, що на 4% вище, ніж у другому кварталі 2015 р., і на 26% вище, ніж у першому кварталі 2016 р., здебільшого завдяки росту продажів на експорт [5].

ПАТ «Миронівський хлібопродукт» у 2017 р. планує збільшити експортні продажі на 10%, а обсяги виробництва м’яса птиці – на 2–3% порівняно з 2016 р. А також збільшити експорт на 40% до 190 тис. тонн [10].

Для України важливо розвивати експорт м’яса птиці в інші країни, які готові купувати українську продукцію без громіздкої процедури сертифікації і, найголовніше, у великих обсягах. Згідно з даними Державної митної служби України близько 30% українського м’яса птиці поставляється в Ірак [7]. Розпочато поставки в Іран та Індію, великі надії мають на поставки м’яса птиці в Китай, Єгипет, Йорданія, Саудівська Аравія також мають змогу купувати українське м’ясо і забезпечити зростання експорту України.

Перш за все потрібно налагодити продаж м’яса птиці в азіатські країни. Це типовий їх продукт. Продати свинину в арабські країни нереально, а ось

м’ясо птиці більш ніж актуально. При цьому ринок Індії або Китаю – це величезний ринок, де споживання цієї продукції має стійкий попит.

Індія, звичайно, є перспективним напрямом для України, але при цьому потрібно враховувати специфічні смакові вподобання, традиції, менталітет, релігійні течії. Тому українці не матимуть можливості постачати яловичину або телятину на ці ринки.

Щодо Китаю, то населення Китаю у 2016 р. налічує 1 378 млн. громадян. За прогнозами у 2020 р. цей показник сягне 1 420 млн. Сьогодні на КНР припадає 28% світового споживання м’яса. З 2000 р. імпорт свинини в країну зростає на 17% щороку. Загалом китайці з’їдають більше половини світових запасів цього виду м’яса. Яловичини в Китаї щороку з’їдають близько 6 млн. тонн, птиці – 13 млн. тонн. Експерти прогнозують, що до 2030 р. річний об’єм споживання м’яса китайців сягне 93 кг (порівняно із 63 кг у 2016 р.) [6].

Донедавна основним імпортером м’яса птиці та продуктів птахівництва в Китай були Сполучені Штати. Так, у 2015 р. в КНР із США було експортовано цієї продукції на суму близько \$300 млн. Однак із 9 січня 2016 р. Китай зменшив закупівлю американської курятини. Причиною послужив вископатогенний штам вірусу пташиного грипу, який поширився по території Штатів. Міжнародна сільськогосподарська служба при Міністерстві сільського господарства США (FAS USDA) прогнозує у 2017 р. зниження імпорту м’яса птиці в Китай на 7%, тобто на 200 тис. тонн. При цьому імпорт у КНР з країн Південної Америки, переважно з Бразилії, й надалі зростатиме. Хоча, як не раз заявляла китайська продовольча влада, бразильська і американська продукція не завжди якісна.

Відповідно, Україна може зіграти важливу роль у формуванні китайського ринку продуктів птахівництва. У 2015 р. в Україні було вироблено 1,57 млн. т м’яса птиці (965 тис. т – бройлери, решта – індики, качки, гуси). Порівняно з 2014 р. експорт цієї товарної групи збільшився на 21% і досяг позначки в 175 тис. т [8].

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що ринок м’ясої продукції задовольняє потреби українського населення і при цьому є конкурентним. Для України зараз важливо розпочати поставки до азійських країн, адже європейський ринок для неї є певним чином заблокованим через основних лідерів, поставка на новий ринок допоможе розширити площу збуту продукції та зможе принести прибутки. В Україні є всі шанси вийти на провідне місце в постачанні курятини на китайський ринок загалом. КНР з її населенням в 1,3 млрд. людей споживає 25% усього виробленого в світі м’яса, причому курятина набуває все більшої популярності серед китайців. Не останню роль у формуванні цього тренда зіграло підвищення цін на свинину.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Основи маркетинга / [Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг]. – 2-е европ. изд. – М. : Вільямс, 2001. – 943 с.
2. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
3. Саблук П. Світове та регіональне виробництво аграрної продукції / П. Саблук, Г. Калієв. – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2008. – 208 с.
4. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

5. Аграрне інформаційне агентство "Agravery" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agravery.com>.
6. Агросектор: Проблеми і перспективи експорту м'яса птиці з України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biznes-pro.ua/index.php?id=2344&page=9>.
7. Державна митна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua>.
8. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Національний агропортал "Latifundist" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://latifundist.com/rating/top-proizvoditelej-myasnyh-produktov-2015>.
10. Офіційний сайт ПАТ «МХП» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mhp.com.ua/uk/home>.

УДК 657.411:657.412

Кошельок Г.В.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Одеського національного економічного університету*

Терещенко О.М.
*старший викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Одеського торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

ОПТИМІЗАЦІЯ СПІВВІДНОШЕННЯ ВЛАСНОГО ТА ПОЗИКОВОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню співвідношення власного та позикового капіталу підприємств України, що має велике значення у сучасних умовах. Визначено основні внутрішні фактори, які впливають на оптимальне співвідношення власного та позикового капіталу, критерії оцінки. Доведено, що перелічені фактори та критерії розраховуються в індивідуальному порядку для кожного підприємства окремо.

Ключові слова: власний капітал, позиковий капітал, рівень рентабельності власного капіталу, фактори впливу, фінансовий леверидж, ефект фінансового левериджу.

Кошельок Г.В., Терещенко Е.М. ОПТИМИЗАЦИЯ СООТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННОГО И ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена исследованию соотношения собственного и заемного капитала предприятий Украины, что имеет большое значение в современных условиях. Определены основные внутренние факторы, влияющие на оптимальное соотношение собственного и заемного капитала, критерии оценки. Доказано, что перечисленные факторы и критерии рассчитываются в индивидуальном порядке для каждого предприятия отдельно.

Ключевые слова: собственный капитал, заемный капитал, уровень рентабельности собственного капитала, факторы влияния, финансовый леверидж, эффект финансового левериджа.

Koshelek G.V., Tereshchenko E.M. THE OPTIMIZATION OF THE DEBT TO EQUITY RATIO OF THE ENTERPRISE

The article is devoted to the ratio of debt to equity of enterprises of Ukraine, which is of great importance in the modern conditions. The main internal factors affecting the optimal ratio of debt to equity, criteria of estimation were determined. It is proved that these factors and criteria are calculated on an individual basis for each enterprise separately.

Keywords: equity, debt capital, level of return on equity, impact factors, financial leverage, financial leverage effect.

Постановка проблеми. Початок ХХІ століття у світі ознаменувався накопиченням проблем як у світовій економіці, так і у фінансовій сфері, що обумовило негативні фактори впливу на функціонування вітчизняних товаровиробників, наявність політичної і фінансово-економічної криз у нашій державі, за якою проблеми бізнесу залишаються невирішеними вже багато років, що не дає змогу реальному сектору економіки отримувати позитивні фінансові результати, бути незалежним від зовнішніх кредиторів та інвесторів і конкурентоспроможним у ринковому середовищі. У цих умовах ведення господарської діяльності важливою проблемою залишається співвідношення власного та позикового капіталу підприємств для відновлення зростання економіки підприємства, попередження його банкрутства. Капітал є головною економічною самою створення і розвитку підприємства, його самостійності та незалежності, забезпечення інтересів держави, власників і персоналу в процесі свого функціонування.

Результат і ефективність діяльності підприємства залежать від того, наскільки раціонально використовується капітал. Дотримуючи певні пропорції власного і позикового капіталу, можна забезпечити платоспроможність підприємства, необхідний рівень фінансової незалежності, рентабельності. Тому важливим і є обґрунтування оптимальної структури капіталу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літературних джерел свідчить про великий інтерес вчених до цього питання. Так, питанню оптимізації структури капіталу присвячено праці таких вітчизняних та закордонних вчених, як, зокрема, І.А. Бланк [1; 2], М.Д. Білик [3], Т.В. Головка [4], Г.О. Крамаренко [5], В.О. Подольська [6], С.В. Сагова [4], Г.В. Савицька, Ю.С. Цал-Цалко, О.В. Яріш [6]. Усі вони акцентують увагу на оптимальному співвідношенні між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства, зупиняються на основних мето-